
மச்சேந்திர நாதன்
K
வெற்றியே
நிச்சயம்
மண் மீது சத்தியம்

வெற்றியே நிச்சயம்
மண் மீது சத்தியம்

மச்சேந்திர நாதன்

கோமாளிமேடை குழு வெளியீடு

Based on Business for beginners -lara bryan rose hall
www.usborne.com






நூல் தலைப்பு - கவிஞர் சினேகன்
நூல் வெளியீடு - டிசம்பர் 2024
Cover Photo - Freepik.com

பொறுப்பு துறப்பு

இந்நூல், இன்டர்நெட் ஆர்ச்சீவ் தளத்தில் மட்டுமே பதியப்படுகிறது. அங்கிருந்து நூலைத் தரவிறக்கி தனிநபர்கள் அல்லது மின்னூல் வாசிப்பு நிறுவனங்கள், குறுஞ்செய்தி தளங்கள் என பல்வேறு இடங்களில் பதிவதற்கு, பரவலாக்குவதற்கு கோமாளிமேடை பொறுப்பாகாது. அதுபற்றிய புகார்கள், கருத்துகளுக்கு தொடர்புடைய நபர்களே முழுப்பொறுப்பு. இந்நூல் ஆதிதிராவிட அரசு அதிகாரிகளின் வாசிப்பிற்கானது அல்ல.

1

## புதிய பாதை புதிய அனுபவம்

வணிகம், அதை சுருக்கமாக நடத்துவது, முதலீடு, வணிகத்தில் வெற்றி பெறுவது பற்றி சுருக்கமாகப் பார்ப்போம்.

கிராமத்தில் வாரம்தோறும் சந்தை நடக்கும். அதில் ஊர்மக்கள், பஞ்சாயத்துக்கு வரி கட்டி கடைகளை அமைப்பார்கள். இதில், கோழி, ஆடுகளை விற்பார்கள். விவசாயிகள், வேளாண்மைக்குத் தேவையான பொருட்களை வாங்குவார்கள். உணவு தானியங்கள், இறைச்சி, தின்பண்டங்கள் என பல்வேறு பொருட்கள் கிடைக்கும். சந்தையில் படுதாவைக் கட்டி கூடாரம் போலாக்கி கடை அமைப்பதும் வணிகம்தான். நூறு பேர்களை வேலைக்கு அமர்த்தி கண்ணாடி கட்டிடத்தில் நிறுவனம் நடத்துவதும் வணிகம்தான்.

ஒரு பொருள் அல்லது சேவையை தனிநபர் அல்லது நிறுவனம் வழங்கும். பதிலாக, வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து  பணத்தைப் பெற்றுக்கொள்ளும். வணிகம் வெற்றிகரமாக நடந்தால், போட்ட முதலீட்டை விட லாபம் அதிகமாக கிடைக்கும். புத்திசாலித்தனமாக வியாபாரம் செய்தால் பான் இந்தியா வியாபாரம் கூட செய்யலாம். குஜராத்தி வணிகர்கள் இப்படித்தான் இந்தியப் பொருளாதாரத்தை அவர்களுடையதாக மாற்றி மேலாதிக்கம் செலுத்தி வருகிறார்கள்.

வணிகம் பலவகையாக நடைபெறுகிறது. மருந்தகத்தில் மருந்துகளை விற்கிறார்கள். இணைய வலைத்தளத்தில் காலணிகளை, மின்னணுப் பொருட்களை விற்கிறார்கள். வங்கியில், பணத்தை பாதுகாப்பாக வைத்திருக்கும் கட்டண சேவையை வழங்குகிறார்கள். தெருமுனையில் , தாளித்த வெங்காயத்தில் வெங்காய தோசையை சுட்டு விற்கிறார்களே அதுவும் வணிகம்தான். ஜூடியோ முதற்கொண்டு மார்ட் வணிகம் வரை எடுத்துக்காட்டுகளை விரிக்கலாம்.

புத்தகம், பொம்மை ஆகிய பொருட்களை விற்பது மட்டும் வணிகம் என நினைத்துவிடாதீர்கள். காய்கறிகளை விற்பது, அதை வாங்கி வந்து உங்களுக்கு விநியோகிப்பது, தலைமுடியை வெட்டி திருத்தம் செய்வது ஆகியவையும் வணிகத்தில் சேரும். இணைய வளர்ச்சி மூலம் பொருட்களை விற்பது. சேவைகளைப் பெறுவது அனைத்தும் இரண்டறக் கலந்துவிட்டது.

## வணிகம் தேவையா?

*தற்போதைய சூழலில் அமெரிக்கா, சீனாவிலிருந்து இறக்குமதியாகும் பொருட்கள் மீது நூறு சதவீத வரி விதிப்பதாக அறிவித்துள்ளது. உண்மையில் வணிகத்தை வரி மூலம் தடுத்தால் என்னாகும்? அனைத்து பொருட்களையும் நீங்களாகவே உருவாக்கிக் கொள்வதாக சூழல் மாறும்.*

*நிலப்பரப்பு அரசியல், நெஞ்சு புடைக்கும் தேசப்பற்று என பொய் புரட்டில் ஊறியவர்களுக்கு இதுபோல நடவடிக்கைகள் மகிழ்ச்சியாக இருக்கலாம். ஆனால், மக்களுக்கு தினசரி வாழ்க்கைக்கு தேவையான பொருட்கள் கிடைக்காது. அல்லது அதிக விலை கொடுத்து வாங்கும்படி நிலைமை மாறும்.*

*ஒருவர் அடுமனையில் செய்த கேக் ஒன்றை சாப்பிட விரும்புகிறார். அதை ஆடம்பரம், அவசியத் தேவை கிடையாது என கூறும் நடைமுறைவாதங்களை தவிர்த்துவிடுவோம். அவருக்கு சாப்பிடத் தோன்றுகிறது. அதை ஒரு தேவையாக கருதிக்கொள்வோம். வணிகம் தடைபட்டுவிட்டது. வணிகமே இல்லாத சூழலை கற்பனை செய்துகொள்ளுங்கள். கேக்கை, பொருட்கள் மூலம் உருவாக்கிக்கொள்ள அப்பொருட்கள் சந்தையில் கிடைக்கவில்லை. முட்டை, மைதா மாவு, வெண்ணெய், சாக்லெட் ஆகிய பொருட்களை தேடிப்பெற வேண்டும்.*

*வெண்ணெய்யைப் பெற உள்ளூர் பால் கூட்டுறவு சங்கத்தை நாட வேண்டும். மன்னிக்கவும் வணிகமே இல்லாத சூழல் அல்லவா? முதலில் மாடு வாங்கி மேய்த்து பால் கறந்து வாங்கி, அதன் வழியாக வெண்ணெய்யைப் பெறலாம். மாடு வளர்ப்பவரிடம் கூட பாலைப் பெறலாம். முட்டைக்காக கோழி வளர்க்க வேண்டும். சாக்லெட்டுக்கு கோகோ மரங்கள் தேவை. மைதாவுக்கு கோதுமை பயிர் விளைவிப்பது அவசியம். இத்தனையும் பெற்று சாக்லெட் கேக் செய்து சாப்பிடுவதற்குள், மனதிலுள்ள ஆசை அல்லது தேவை செத்துவிடும்.*

*வணிகம் நடப்பது மூலமே கேக் தயாரிப்பதற்கான பொருட்களை கடைகளில் எளிதாக வாங்கிக்கொள்ளலாம். கேக் தயாரிப்பதற்கான ரெசிபி புக்கை, புத்தக திருவிழாவில் வாங்கலாம். ரெசிபியைப் பார்த்து வீட்டிலேயே மைக்ரோ அவனில் கேக்கை தயாரித்து சாப்பிடலாம். தயாரிப்பதில் திறமை கூடினால், தனியாக கடை கூட போட்டு கேக்கை விற்கலாம். பொருட்கள் தரமாக இருந்தால் இணைய வலைத்தளங்கள், சமூக வலைத்தளங்கள் என எந்த இடத்திலும் விற்பனை செய்ய முடியும்.*

3

## எல்லாமே வியாபாரம்தான்!

*மருத்துவம், பொறியியலுக்கு நுழைவுத்தேர்வு உள்ளது. இதை வைத்து தனியார் பயிற்சி மையங்கள் லாபம் சம்பாதிக்கின்றன. அடுத்து, கலைப்படிப்புகளுக்கும் நுழைவுத்தேர்வு வரவிருக்கிறது. மேலேயுள்ள தனியாரின் வணிகம் இன்னும் பெரிதாகும். படிப்பு மட்டுமல்ல வேலைக்கான திறன்களை சொல்லிக்கொடுத்து பைசா பார்க்கும் நிறுவனங்களும் உள்ளன. சில  உதாரணங்களைப் பார்ப்போம்.*

*ஒரு பேரங்காடி உள்ளது. அதன் வழியாக உணவுப்பொருட்கள் விற்கப்படுகின்றன. இதன் வழியாக பேரங்காடி, விவசாயிகள், உணவகங்கள், உணவு ஆராய்ச்சியாளர்கள் என பலருக்கும் பயன் இருக்கிறது. அவர்களின் பங்களிப்பும் உள்ளது. தகவல்தொடர்பு என எடுத்துக்கொண்டால் நாளிதழ்கள், தொலைக்காட்சி நிறுவனங்கள், கடிதம், இணைய சேவை வழங்குபவர்கள் பங்கு பெறுகிறார்கள்.*

*சில நாட்டு அரசுகள் சுகாதாரம், கல்வி, சாலை ஆகியவற்றை அனைவருக்கும் அனைத்தும் என்ற முறையில் பராமரித்து வருகிறார்கள். இதில் வணிக நோக்கம் கிடையாது. மக்கள் நலன் மட்டுமே முன்னிலைப்படுத்தப்படுகிறது. அரசு, நிதி ஒதுக்கி நூலகம் ஒன்றை உருவாக்கி இயக்குவதன் வழியாக பொதுமக்களின் கல்வி அறிவு வளருகிறது. நூல் பதிப்பாளர்களின் நூல்களை அரசு வாங்குவது வழியாக வணிகம் நடக்கிறது.*

*குறிப்பிட்ட பொருளை, சேவையை வழங்குவதன் வழியாக தொழில்முனைவோர் உருவாகிறார். எடுத்துக்காட்டாக, ஒருவருக்கு விலை உயர்ந்த கணினியை படிப்பிற்காக வாங்கவேண்டியுள்ளது. ஆனால், அவருடைய பெற்றோரிடம் அதற்கான தொகை இல்லை. எனவே, பணம் சம்பாதிக்க தொழில் ஐடியா ஒன்றை சிந்திக்கிறார். அதை செயல்படுத்தி காசு சேர்க்கிறார். இதை ஒரு வகை எனலாம்.*

*ஒருவர், தனது வாழ்க்கை வழியாக ஒரு பிரச்னையை எதிர்கொள்கிறார். அதற்கான தீர்வை அடிப்படையாக வைத்து தொழிலைத் தொடங்குகிறார். தனக்கு நேர்ந்த பிரச்னைக்கான தீர்வு, பலருக்கும் தேவைப்படுவதால் அதை தொழிலாக மாற்றிக்கொள்கிறார். அதில் திறமை இருந்தால் வெற்றி பெறுவார்.*

*இன்னும் சிலர் இருக்கிறார்கள். இவர்கள் சமூக பிரச்னைகளுக்கான தீர்வை தொழிலாக மாற்றுவார்கள். பள்ளி, கல்லூரிகளில் கேலி வதை மூலம் மாணவர்கள் மன உளைச்சலுக்கு உள்ளாகி தற்கொலை செய்துகொள்கிறார்கள். இதைத்தடுக்க எளிதாக புகார் அளிக்கும் ஆப் ஒன்றை உருவாக்கினால் எப்படியிருக்கும்? இதில் லாப நஷ்டத்தை விட தற்கொலைக்கு பலியாகும் மாணவர்களை தடுப்பதே முக்கிய நோக்கம்.*

பள்ளி செல்லும் மாணவர்களைப் பெற்றோர் கண்காணிக்க இருக்கும் இடத்தைக் காட்டும் ஆப் இருந்தால் எப்படியிருக்கும்? மாணவர்கள் சரியாக பாதுகாப்பாக இருக்கிறார்களா என்ற நோக்கத்தில் இந்த ஆப்பை பார்க்கவேண்டும். சாலை விபத்து, கடத்தல் போன்றவை நடக்கும் நாட்டில் இத்தகைய ஆப்களின் தேவை உண்டு.

## ஐடியா முக்கியம்

வணிகத்தைத் தொடங்க வேண்டும். அப்போது முதலில் நமக்கு என்ன திறமை இருக்கிறது என்று பார்க்கவேண்டும். காமெடி செய்யத் தெரியுமா, தனிக்குரல் கலைஞராக மேடை ஏறி காசு பார்க்கலாம். மெக்கானிக் வேலைகள் தெரியுமா, அதற்கென கடை திறக்கலாம். சமையலில் அசத்துபவரா, தள்ளுவண்டி கடை போடலாம். அல்லது நடமாடும் வண்டியில் கூட உணவுகளை செய்து விற்கலாம். ஐடியாவுக்கு அடுத்து நேரடியாக தொழிலைத் தொடங்கிவிடக்கூடாது. சந்தை ஆராய்ச்சி, போட்டிகளை ஆராய வேண்டும். அப்போதுதான் தொழிலை நடத்த முடியுமா என தெரியும். மக்களின் ஆதரவைப் பொறுத்தே தொழில் வளரும்.

யூட்யூபில் பார்த்திருப்பீர்கள். பியானோ வாசிப்பவர்கள், பொது இடங்களுக்குச் சென்று அங்குள்ள பியானோவில் செவ்வியல் இசைக்கோவைகளை வாசிப்பார்கள். அதற்கு கிடைக்கும் வரவேற்பை வீடியோவாக பதிவு செய்துகொள்வார்கள். இதன் வழியாக அவர்களின் திறமை பிறருக்கு எளிதாக தெரிய வருகிறது. கூடவே, அதை வீடியோ படமாக்குவதன் வழியாக அவர்களுக்கென தனி போர்ட்ஃபோலியோ உருவாகிறது. இதை வைத்து எளிதாக ஒருவர் தனக்கான இசைப் பணிகளை தேட முடியும்.

கிராபிக் டிசைன் படித்திருக்கிறீர்களா, அதை வைத்து போஸ்டர், பேனர் அடிக்கும் நிறுவனங்களில் வேலைக்கு சேரலாம். தொழிலைக் கற்று சொந்தமாகவும் நிறுவனம் தொடங்கலாம்.

சர்க்கரை சேர்த்த சோடாக்களை ஏராளமான நிறுவனங்கள் விற்று வருகின்றன. இந்த நிலையில் உப்புசேர்த்த சோடாவை குறைந்த விலையில் விற்பதும் புதிய ஐடியாதான். எலக்ட்ரீசியன், குடிநீர் குழாய் பழுது நீக்குபவர், தச்சர் என பலரும் இன்று இணையத்தில் இணைக்கப்பட்டுவிட்டனர். அவ்வளவு ஏன் நாடி சோதிடர்கள் கூட இணையத்தில் பதிவு செய்துகொண்டால், நாங்களே அழைக்கிறோம் என தயாராக இருக்கிறார்கள். பள்ளி மாணவர்கள் உண்பதற்கான ஆரோக்கிய தின்பண்டங்களை விற்கும் கடைகளைத் தொடங்கலாம்.

பொடாராய சாமியை வேண்டிக்கொண்டு அந்த பெயரிலேயே நிறுவனம் தொடங்கினாலும், ஆக்கப்பூர்வமாக நேர்மையாக உழைத்தால்தான் வணிகம் நிற்கும்.

தொழிலைத் தொடங்குவதற்கு ஐடியா கிடைத்துவிட்டது. சரி, அதை எப்படி செய்யப்போகிறோம் என திட்டமிடவேண்டும். சந்தை ஆராய்ச்சி செய்து வாடிக்கையாளர்கள் யார், போட்டியாளர்கள் உள்ளார்களா, எப்படி தனித்துவமாக பொருட்களை

விற்கப்போகிறோம், இலக்கு என்ன என பல்வேறு கேள்விகளுக்கு உங்களிடம் பதில் தேவை.

எடுத்துக்காட்டுக்கு குளிர்பானம் தயாரித்து விற்கிறீர்கள் என்றால், உங்கள் வட்டாரத்தில் விற்கும் போட்டி நிறுவனங்களைப் பற்றி தெரிந்துகொள்வது அவசியம். அடுத்து, குளிர்பானங்களில் என்னென்ன வகை உள்ளது. உள்ளூர் அளவில் புதிய சுவை, நறுமணங்களில் ஏதாவது செய்யலாமா என யோசிக்கலாம். வாடிக்கையாளர்களுக்கு சோதனை அளவில் தயாரித்துக் கொடுத்து அவர்களின் கருத்தைப் பெறலாம்.

ஆரோக்கியம் சார்ந்த கவனம் அதிகரித்து வருகிறது. எனவே, கார்பன் டை ஆக்சைடை நீரில் கரைப்பதைக் குறைத்துக்கொள்ளலாம். சர்க்கரை குறைந்த பழச்சாறுகளை விற்கலாம். போட்டிகளை சமாளிக்க அவர்களை விட அதிக வேதிப்பொருட்களை பயன்படுத்துவது தவறானது. உள்ளூர் ஆதாயங்களை தவறாகப் பயன்படுத்தினால், அது பின்னாளில் வணிகத்தை பலி வாங்கும்.

ஒரு பொருளை தயாரித்து விற்கிறீர்கள் என்றால் அங்குள்ள சுற்றுவட்டார மக்களின் வருமானம், என்னென்ன பொருட்களை வாங்குகிறார்கள், அவர்களின் தோராய வயது ஆகியவற்றைப் பற்றிய விவரங்களை நுகர்பொருள் நிறுவனங்கள் தயாரித்து வைத்துக்கொள்ளவேண்டும்.

நேராக ஒரு கல்யாண மண்டபத்தைப் பிடித்து சில பெண்களை வைத்து பொருட்களை மக்களுக்கு கொடுத்து ஆய்வுசெய்கிறீர்களா? அதிலும் ஆய்வுக்கு வருபவர்களுக்கு பரிசுகளை வழங்குவது உண்டு. இணையம் வழியாக பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் ஆய்வுகளை நடத்துகின்றன. இதில், எங்கள் நிறுவன பொருட்களை பிறருக்கு பரிந்துரை செய்வீர்களா என்று கேட்கிறார்கள். அடுத்த கேள்வியாக, உங்களுடைய மதிப்பெண் என்ன என்று கேட்கிறார்கள். கடைசியாக, நாம் நிறுவனத்தின் குறிப்பிட்ட பிராண்டுக்கு கூற விரும்பும் அறிவுறுத்தல்கள்.

இதில் முக்கிய குறைபாடாக, இந்த மதிப்பெண்களில் இதிலிருந்து இதுவரை என(சுமார், நன்று, மோசம்) அவர்களே குறிப்பிட்டு விடுகிறார்கள். அப்படி குறிப்பிடாமல் கணக்கெடுப்பை எடுத்தால் உண்மையான ஆய்வு முடிவை எட்ட முடியும். மக்களுக்கு முடிவுகளை கொடுத்துவிட்டால், பெரும்பாலோர் நேர்மறையான பதில்களை அளிப்பார்கள். அது உண்மையான வணிகத்திற்கு உதவாது.

5

## போட்டா போட்டி

மரவள்ளிக் கிழங்கு சிப்ஸ், இட்லி தோசை மாவு, பதப்படுத்தப்பட்ட இன்ஸ்டன்ட் சப்பாத்தி என எந்த பொருளை வேண்டுமானாலும் எடுத்துக்கொள்ளுங்கள். அவை அனைத்துமே பல்வேறு கடைகளில் கிடைப்பவைதான். ஒரு வாடிக்கையாளர், உங்களது கடையை தேடி வந்து பொருட்களை வாங்குமாறு, பொருட்களை விற்கும் முறையை மாற்றிக்கொள்ளவேண்டும்.

பொருட்களை வாங்குபவர்களிடம் வருமான வரித்துறையினர் போல மூல பவுத்திர நோயின் கோணல்களை காட்டி முறைக்க கூடாது. இங்கிதமாக பேசி மரியாதையாக நடந்துகொண்டால்தான் வாடிக்கையாளர்கள் கடைக்கு வருவார்கள்.

ஊரில் உங்கள் கடை மட்டும்தான் இருக்கிறது என்ற ஆங்காரம், வணிகத்தையே முற்றாக ஒழித்துக்கட்டிவிடும். ஒருவர் பல்வேறு டிசைன்களை தேநீர் சட்டையில் அச்சிட்டுக் கொடுக்கிறார் என வைத்துக் கொள்வோம். ஜவுளிக்கடை, வலைத்தளம், பேரங்காடி என பல்வேறு இடங்களில் தேநீர் சட்டையை ஒருவர் வாங்க முடியும். இந்த இடங்களையெல்லாம் தாண்டி உங்களை நோக்கி வாடிக்கையாளர் வரவேண்டுமெனில், ஏதாவது தனித்துவத்தை உருவாக்கி வைத்திருந்தால் மட்டுமே சாத்தியம்.

வியாபாரத்தில் முதலிடம் என்பது ஒருவருக்கே சொந்தம். அதை அடைவது என்றால் எளிதல்ல. அதற்கான முயற்சிகளை ஆத்மார்த்தமாக செய்தால், ஒருநாள் அதை நிச்சயமாக அடைந்தே தீருவீர்கள். வியாபாரம் நடக்க பத்து விஷயங்கள் சொல்லலாம். அதில் ஆறு பொய், நான்கு உண்மை இருப்பது கூட பரவாயில்லை. ஆனால் மொத்தமும் பொய்யாக இருந்தால், உங்களது வருமானத்தை இன்னொருவர் பெறுவார். எந்த கொள்கையை அடிப்படையாக கொண்டு வியாபாரத்தை தொடங்கினீர்களோ, அதில் இருந்து பிறழ கூடாது. வெற்றியே நிச்சயம், மண்ணின் மீது சத்தியம்.

உங்களுக்கு ஒரு எடுத்துக்காட்டைக் கூற விரும்புகிறேன். நான் புதிதாக தொடங்கிய பேக்கரிக்கு சென்று வந்தேன். அங்கே தயிரும் அவ்வப்போது எண்ணெய் பலகாரங்களும் வாங்குவேன். புதிதாக அங்கு பிரெட்டும் கொண்டு வந்து விற்கத் தொடங்கினார்கள். இருநூறு கிராம் 25 ரூபாய். பிரெட் தரமாக இருந்தது. விஜய் கிருஷ்ணா, கோல்டன், சூரியா ஆகிய நிறுவனங்களோடு ஒப்பிடும்போது மதிப்பானதுதான்.

ஒருமுறை பிரெட்டை வாங்கியபோது, இருபத்தை ரூபாய் பிரெட்டை முப்பது ரூபாய் என்று கடைக்காரம்மா கூறினார். நான் விலை இருபத்தைந்து போட்டிருக்கிறதுங்குளே என்றேன்.

இல்லை முப்பது ரூபாய் என்றார். நாட்டின் நிதியமைச்சர் இரவோடு இரவாக சேவை வரியை ஏற்றிவிட்டாரோ என சொன்ன காசைக் கொடுத்துவிட்டு வந்தேன்.

அப்புறம் மனம் ஆறவில்லை. பிரெட்டைத் தயாரித்த பேக்கரி உரிமையாளருக்கு போன் செய்தேன். முதலில் நான் ஏதோ புகார் சொல்ல அழைத்ததாக நினைத்தவர், மறுதலிப்பாக பேசினார். பிரெட்டின் விலை இருபத்தைந்து போட்டிருக்குங்க. முப்பது கேட்கிறாங்க சார் என்றதும் நான் இருபதுக்கு போடுறேன். அவங்க இருபத்தைஞ்சுக்கு விற்கணும். அதிக விலைக்கு விக்கிறாங்க. நான் ஏற்கெனவே சொல்லிப் பாத்துட்டன்ப்பா. அதிக விலை சொன்னா, எதுக்கு வாங்கின? நீ பிரெட்டை திருப்பிக் கொடுத்துடு என்றார். பிறகு, அந்தக் கடைக்கு சென்று பிரெட்டைக் கொடுத்துவிட்டு காசை வாங்கிக்கொண்டவன், அந்தக் கடைக்கு இனி எக்காலத்திலும் செல்வதில்லை என முடிவெடுத்துவிட்டேன்.

இங்கு பிரச்னை பேராசை கொண்ட கடைக்காரம்மாவால் உருவானது. இதன் நேரடி பாதிப்பு, அந்த பிரெட்டை தயாரித்து விற்பவருக்குத்தான் நேரும். இனி, நான் அவருடைய பிரெட்டை எப்படி வாங்க முடியும்? எக்காலத்திலும் வாங்கப்போவதில்லை. வாய்ப்பும் குறைவு.

பலகாரக்கடையை தொடங்கியவருக்கு பலகாரம் போடும் திறமை இருக்கலாம். ஆனால் பொருட்களை விற்க, பேராசை கொண்ட உதவாக்கரை ஆளை தேர்ந்தெடுத்தார் பாருங்கள். அதுதான் அவர் செய்த தவறு. இன்னும் எத்தனை மாதங்களில் கடை மூடப்படுமோ தெரியவில்லை. பார்ப்போம். கிராமங்களில் உள்ள கடைகளில் கமிஷன் பேசி குறிப்பிட்ட பிரெட்டின் பிராண்டுகளே அடுக்கி வைக்கப்பட்டிருக்கும். அதைத் தாண்டி இன்னொரு பிராண்ட் வராது.

எந்த வணிகத்திலும் வணிகர்களல்ல, வாடிக்கையாளர்களே முக்கியம். அவர்களை ஊதாசீனப்படுத்தியவர்கள், மரியாதைக் குறைவாக நடந்தவர்களுக்கு தண்டனை நஷ்டம் என்ற ரீதியில் கிடைக்கும். அமைதியாக நிதானமாக தீர்க்கமாக தண்டனை நிறைவேற்றப்படும். வேறு கடைக்கு அப்படியே மாறிப் போய்விடுவார்கள். அவ்வளவேதான்.

கிராமங்களில் உள்ள கடைகளில் பிரெட் , வருக்கி, பன் என்றால் ஒரே பிராண்டுதான் இருக்கும். அதாவது, குறிப்பிட்ட கமிஷன் வாங்கிக்கொண்டு ஒரே பிராண்டை வைத்திருப்பார்கள். இதே கமிஷன் முறை, தயிர் பால் என வரும்போது வாடிக்கையாளர்கள் பாதிக்கப்படுகிறார்கள். உள்ளூர் பிராண்டுகளை ஆதரிப்போம் என வணிகர்கள் கூறுகிறார்கள். ஆனால் உள்ளூரில் விற்கும் தயிர், பால் வகை எவையும் மில்கி மிஸ்ட், ஆரோக்கியா, அமிர்தா தரத்திற்கு கிட்டே கூட வராது.

கமிஷனுக்காக இட்லி தோசை மாவு போல உள்ள தயிரை வாங்கி மக்களின் தலையில் நன்றாக இருக்கும் என்று பொய் சொல்லி ஏமாற்றுகிறார்கள். இதில் விற்பதற்கான மாட்டுப் பால் தயிரை, எருமைத்தயிர் என ஒருவர் விற்றதை பார்த்திருக்கிறேன். அவரிடம் இனி எவரேனும் சென்று பால் பொருட்களை வாங்குவார்களா? காசு சம்பாதிப்பதற்காக என்ன வேண்டுமானாலும் செய்யலாம் என துணிந்துவிட்டால் அப்புறம் அதில் என்ன அறம்

இருக்கிறது? உண்மையில் மாட்டு நெய், மாடு, எருமை என இரண்டும் கலந்த நெய், எருமை நெய் என சந்தையில் தனித்தனி விலை வைத்து விற்கிறார்கள். சில நிறுவனங்கள் மட்டும் நெய் வணிகத்தை துல்லியமாக நேர்மையாக நடத்துகிறார்கள்.

6

## அளவற்ற ஆஃபர்கள்

*போட்டிகளை சமாளிக்க நிறுவனங்கள், நிறைய திட்டங்களைப் பின்பற்றுகின்றன. குறைந்த விலை, சிறந்த தரம், பொருட்களை வாங்குவதற்கான பல்வேறு வசதிகள், வாடிக்கையாளர் சேவை என நிறைய உண்டு.*

*விற்காத அழகுசாதனப் பொருட்களை ஆண்டு முழுக்க வார, மாத இதழ்களுக்கு கொடுக்கும் பன்னாட்டு நிறுவனங்களும் உண்டு. அப்புறம் உங்களுக்கு தெரிந்த குலோப்ஜாமூன் மிக்ஸ், ஒன்று வாங்கினால் ஒன்று சலுகைதான். அப்படிக் கொடுத்தும் கூட அந்தப் பொருள் பெரிதாக கடையை விட்டு வெளியே போகவில்லை.*

*பேரம் பேசுவது என்பது அனைத்து பொருட்களுக்கும் இயல்பானது. சில ஆணவக்கார முதலாளிகள், அச்சிட்ட விலை மட்டுமே என சொல்லி வியாபாரம் செய்வார்கள். இப்படியான கடைகளில் பொதுவாக வியாபாரம் நிறைவாக நடக்காது. கொஞ்சம் கூட இணக்கமில்லாத வணிகத்தை யாரும் செய்ய விரும்ப மாட்டார்கள். ஒரு பொருளை விற்க நிறைய நிறுவனங்கள் முயன்றால், மக்களுக்கு நல்லதுதான். விலை சற்று குறையலாம். ஆனால், தரம் குறைந்துவிடக்கூடாது.*

*மேற்கு நாடுகளில் குடிநீரை, குளிர்பானங்களை தனியாக வாங்கினால் காசு கூடுதல். செட்டாக நான்கு, ஆறு பாட்டில் என வாங்கினால் விலை குறைவு. இப்படியான சலுகை அனைவருக்கும் ஏற்றதல்ல. தேன், அரிசி, கோதுமை போன்ற பொருட்களுக்கு ஒன்று வாங்கினால் ஒன்று என சலுகை கொடுத்தால், அப்பொருள் காலாவதியாவதற்கு குறைந்த நாட்களே உள்ளதா என பாருங்கள். இப்படி பொருட்களை விற்கும் சில பிராண்டுகளில் கலப்படம் அதிகம் நடக்கிறது கவனமாக இருங்கள். பொருளை தரமாக கொடுப்பதே முக்கியம். இலவசம் கொடுக்காமல் இருப்பது பிராண்டின் நம்பகத்தன்மையைக் காக்கும்.*

*ஒரு பொருளை சந்தைப்படுத்தும்போது, அது அச்சூழலில் புதிதாக இருந்தால் நல்லது. இல்லையா, அந்த பொருளுக்கென ஏதாவது தனித்துவத்தை உருவாக்க வேண்டும். தேடல் சந்தையில் கூகுள் கால்பதித்து வருமானம் சம்பாதித்து வந்த நிலையில், சாட் ஜிபிடி அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. கேள்வி கேட்டால் உடனே அதற்கு பதில் சொல்வதும், அதை துல்லியமாக கூறுவதும் அதன் சிறப்பு. அறிமுகமான விரைவிலேயே அதன் சிறப்பம்சங்களால் உலகின் முதலீட்டாளர்களை தன் பக்கம் திருப்பியது. இன்று கணினி பொறியாளர்கள் எழுபத்தெட்டு சதவீதம் பேர் அதைப் பயன்படுத்தி வருகிறார்கள் என எகனாமிஸ்ட் இதழ் தகவல் தெரிவிக்கிறது. கூகுள் ஜெமினி, பார்டு என தடுமாறி வருகிறது.*

*எம்பி 3 பிளேயர்களை நீங்கள் பயன்படுத்தியிருப்பீர்கள். ஆனால், ஆப்பிள் ஐபாட் பயன்படுத்தினால் வேறு நிறுவனத்தின் பிளேயர்களைத் தொட்டுக் கூட பார்க்க மாட்டீர்கள். இதில், ஐட்யூன் என்ற மென்பொருள் இருந்தது. மேக் கணினி வைத்திருந்தால் எளிதாக*

உங்கள் பாடல்களை பரிமாறிக்கொண்டு இசையை ரசிக்க முடியும். அன்றைய சந்தையில் அதுவரை ஐபாட் போல எம்பி3 பிளேயர் வந்திருக்கவில்லை. அதனால் வணிகத்தில் அப்பொருள் மகத்தான சாதனை படைத்தது.

புதிய ஐடியா இருக்கிறதா, ஆராய்ச்சி செய்து முதலீடுகளை தேடினால், அதை சாத்தியமாக்க முடியும். எப்போதும் மக்களுக்கு சந்தையில் முதலாவதாக வரும் நிறுவனத்தைப் பற்றியே நினைவு கொண்டிருப்பார்கள். இரண்டு, மூன்றெல்லாம் வேறு வழியில்லை என்றால் நகர்வதற்காகத்தான். சேவை, பொருட்கள் பிடித்துவிட்டால் மக்கள் நிறுவனத்தோடு பயணிப்பார்கள்.

போட்டி இருக்கக்கூடிய துறையில்தான் பொருளை தயாரிக்கிறேன், சேவையை வழங்கப்போகிறேன் என்றால், சந்தை பற்றிய ஆராய்ச்சி செய்யவேண்டும். சந்தையில் ஏதேனும் இடைவெளி இருக்கிறதா என பார்த்து, அதை தீர்க்க முடியுமா என யோசித்தால் வெற்றி நிச்சயம்.

7

## காசு குடு!

நிறுவனத்தின் சம்பளம், கருவிகள், இட வாடகை, விளம்பரம் என நிறைய செலவுகள் உள்ளன. எனவே, அதற்கான முதலீட்டைப் பெறவேண்டும். எப்படி பெறுவது என வழிகளைத் தேடுவோம்.

யூட்யூப் முன்னோடியான திரைப்பட இயக்குநர் விஜய் வரதராஜ், ஒரு வாசகர் சந்திப்பை நடத்தவிருக்கிறார் என கொள்வோம். அதை அவர் இலவசமாக செய்ய முடியுமா, நிச்சயம் முடியாது. மக்கள் கூடும் இட வாடகை, சிற்றுண்டியாக மிக்சரோ, தேநீரோ குடுக்கவேண்டும்தானே? இதற்காக அவர் குறிப்பிட்ட கட்டணத்தை நிர்ணயிக்கலாம். இதை தவிர்க்க முடியாது.

நிறுவனத்தைப் பொறுத்தவரை ஒருவர் முதலீட்டு நிதியை எப்படி பெறலாம்? ஏதாவது வேலை செய்து பணத்தை சேமிப்புக் கணக்கில் வைத்திருக்கலாம். அரசின் மானியத்திற்கு விண்ணப்பிக்கலாம். மக்களிடம் திரள் நிதியாக வாங்கி, பிறகு அவர்களுக்கு திருப்பிக் கொடுப்பது, கடனுக்கு வங்கியில் விண்ணப்பிப்பது , முதலீட்டாளர்களைத் தேடுவது என முயற்சிகளை செய்யலாம்.

சிறு நிறுவனமாக வளரும்போது முதலீட்டு நிதி கிடைப்பது கடினம். எனவே, கிடைக்கும் பணத்தை சிக்கனமாக செலவழிக்கவேண்டும். எது அவசியமோ அதற்கு மட்டும் செலவழிக்க வேண்டும். கடன்களைப் பெற்றால் நண்பர்களோ, உறவினர்களோ முறையாக அதை ஒப்பந்தமாக எழுதி எப்போது திருப்பி தருவோம் என்பதைக் குறிப்பிட்டு கைசாத்திட வேண்டும்.

நிறுவனத்தை தொடங்குகிறோம் என்றால் எப்படி வணிகம் செய்யப்போகிறோம், என்ன வழியில் பணத்தை சம்பாதிக்கப் போகிறோம் என்பதை சிறு புத்தகமாக எழுதி வைத்துக்கொண்டால், அதை முதலீட்டாளர்களுக்கு கொடுத்து விளக்க முடியும். அனைத்து விஷயங்களையும் மூளையில வைத்திருக்கிறேன் என அடம் பிடிப்பவர்கள், விளக்க வேண்டிய நேரத்தில் ச.. ரி என இழுத்துக்கொண்டு இருக்கவேண்டியதுதான். வெறும் பேச்சு, காரியமாகாது.

வணிகத் திட்டம் தெளிவாக இருந்தால் முதலீட்டாளர்களை எளிதாக அணுகலாம். வளங்களைப் பெறலாம். குறைந்தபட்சம் அறிவுரைகள் கூட கிடைக்கலாம். எல்லாமே லாபம்தான்.

எடுத்துக்காட்டைப் பார்ப்போம். த்ரீ பீட்ஸ் என்ற இசைக்குழுவை வைத்திருக்கிறீர்கள். அதில், நீங்கள் உட்பட மூன்று பேர் இயங்குகிறீர்கள். என்ன மாதிரியான இசை, யார்

பார்வையாளர்கள் என்பதை தீர்மானிக்க வேண்டும். மெட்டல் இசைக்குழு என்றால் இளைஞர்களுக்கு ஈர்ப்பானது. யூட்யூப் இலவசம் என்பதால், அதில் சேனல் தொடங்கி வீடியோக்களை பதிவிடலாம். அதை வைத்து புதிய வாய்ப்புகளைத் தேட முடியும்.

வீடு, ஸ்டூடியோ, தெருமுனை என்று மட்டும் பாடல்களை இசைத்துக்கொண்டு இருக்க முடியாது. கான்செர்ட், இசை விழாக்களில் பங்கேற்றால்தான் பணம் கிடைக்கும். புகழ் கிடைக்கும். தரமான இசைக்கருவிகளை வாங்கி இசைக்கலாம். தேவையான இசைக்கருவிகள், அதன் விலை பற்றிய திட்டமிடல் முன்னமே தேவை.

யூட்யூப் சேனல், நிறைய பார்வையாளர்களைப் பொறுத்து தொகையை வழங்குகிறது. வீடியோக்கள் அதிக பார்வைகளைப் பெறவேண்டும். குறிப்பிட்ட காலத்தில் இத்தனை பார்வையாளர்கள், அடுத்த நிலை என முன்னேறும் திட்டம் தேவை. சேனலை நடத்துபவர், காசு கட்டினால், வீடியோக்களை முன்னதாகவே பார்க்கும் வசதியை அறிமுகப்படுத்தலாம். விளம்பரங்கள் கிடைத்தாலும் சரிதான்.

புதிய நிறுவனத்தை தொடங்கி நடத்துவது என்றால் அது சட்டத்திற்கு உட்பட்டதாக இருக்கவேண்டும். நிறுவனத்தை முறையாக பதிவு செய்யவேண்டும். உணவுப்பொருட்களை விற்கிறீர்கள் என்றால் அதற்கான பதிவு, உரிமம் அவசியம் தேவை. இசைக்குழு என்ற வகையில் குறிப்பிட்ட இடத்தில் பாடல்களை பாடுகிறீர்கள் என்றால், அதற்கு உள்ளூர் நிர்வாகத்திடம் அனுமதி பெற்றிருக்க வேண்டும். சட்டத்தை மீறுவது கடுமையான தண்டனைகளுக்கு வழிவகுக்கும்.

வணிகத்தை ஒருவர் தனியாக ஒருவர் அல்லது பங்குதாரர்கள் என சேர்த்து பதிவு செய்துகொள்ளலாம். இதில் ஒருவர் பிறழ்ந்து போக கூடாது. அப்படி நடந்தால், வரி கட்டுவதில் நிறைய பிரச்னைகள் வரும். கவனம்.

முழுமையான பொறுப்பு, பகுதியளவு பொறுப்பு என இரண்டு விதமான நிறுவன கட்டமைப்பு உள்ளது. ஒன்றில், லாபமோ நஷ்டமோ தனிநபர் ஒருவரே முழு பொறுப்பு. நஷ்டம் வந்தால் அவரின் தனிப்பட்ட சொத்துகளைக் கூட விற்கும் நிலை வந்துவிடும். பகுதியளவு பொறுப்பில், நிறுவனம் இழப்பைச் சந்தித்தால் அதன் உரிமையாளர்களுக்கு பகுதியளவு மட்டுமே பொறுப்பு. தனிப்பட்ட சொத்துகளை விற்று இழப்பை அடைக்கவேண்டியதில்லை. திவால் அறிக்கை கொடுத்துவிட்டு அடுத்த வணிகத்தை தொடங்கலாம்.

தனிநபர் நிறுவனத்திற்கு உரிமையாளராக இருந்தாலும் வணிக முடிவுகள், லாபம் ஆகியவற்றில் பங்குதாரர்கள் தலையீடு இருப்பதாக அமைத்துக்கொள்ளும் நிறுவனங்கள் உண்டு.

கூட்டுறவு நிறுவனங்களை அடையாளம் கண்டிருப்பீர்கள். குஜராத்தில் இருந்து இந்தியா முழுக்க பால், பால் பவுடர், சத்து பானங்கள், பருப்பு, கோதுமை மாவு, பிஸ்கெட், ரஸ்க் என பல்வேறு பொருட்களை விற்கும் அமுல் இதற்கான சிறந்த உதாரணம். இந்த நிறுவனத்தில்,

இணைந்துள்ள அனைவருமே இதற்கு சொந்தக்காரர்கள்தான். லாபமும் பகிர்ந்து அளிக்கப்படும்.

கிளை - புகழ்பெற்ற நிறுவனத்தின் பெயர், பொருட்களை பயன்படுத்த அவர்களுக்கு குறிப்பிட்ட தொகையை தருவதாக கூறி ஒப்பந்தம் செய்து தொழிலைத் தொடங்குவது. கொங்கு பகுதியில் சூரியா பேக்கரி புகழ் பெற்று இருக்கிறது என்றால், அதை பிரான்சைஸ் உரிமையில் ஒருவர் காசு கொடுத்து உரிமம் பெற்று வாங்கி தொழில் தொடங்கலாம். தேவையான பொருட்களை பயிற்சிகளை தலைமை நிறுவனமே வழங்கும்.

ஓரிடத்தில் மின்வெட்டு அதிகமாக உள்ளது. அதைத் தீர்க்க ஒருவர் மின்வெட்டைத் தாக்குப் பிடித்து பழுது ஆகாத மின்விளக்கை கண்டுபிடிக்கிறார். அதை அவர் குறிப்பிட்ட தொகை வைத்து மக்களுக்கு கொடுக்கிறார். அல்லது நிதியுதவிகளைப் பெற்று இலவசமாக வழங்குகிறார். இதையும் தன்னார்வ லாபநோக்கு, லாபநோக்கற்ற நிறுவனமாக அமைத்துக்கொள்ளலாம்.

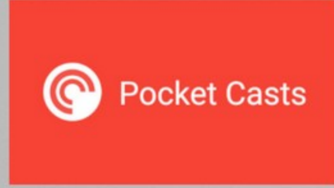



மழைப்பேச்சு
பாட்காஸ்ட்




@






8

## உத்தம காரியம்!

சீனர்கள் தொடங்கிய மின் வாகன பேட்டரி தொழிற்சாலையை இயங்க அனுமதிக்க மாட்டோம் என்று சொல்லிவிட்டு, உள்ளூர் அமெரிக்கர் தொடங்கிய பேட்டரி தொழிற்சாலையை அரசு அனுமதிக்கிறது என்றால் அதன் உள்நோக்கம் என்ன? அதேதான். நேர்மையான அணுகுமுறை இல்லை.

ஒரு நிறுவனத்தை தொடங்கி நடத்துகிறீர்கள் என்றால், அதனால் சூழலுக்கு, மக்களுக்கு, வாடிக்கையாளர்களுக்கு, பணியாற்றும் ஊழியர்களுக்கு என்ன கிடைக்கும் என்பதை யோசிக்கவேண்டும். தவறுகள் இருந்தால் கூட திருத்திக்கொள்ளலாம்.

குலதெய்வத்தின் பெயரை வைத்து குளிர்பான நிறுவனத்தை தொடங்கிவிட்டு, அதை குடிக்கும் மக்களுக்கு உடல் பருமன், நீரிழிவு நோய் சோதனை செய்யும் திட்டங்களை செய்தால் அதை உத்தம காரியம் என யாரும் கூறமாட்டார்கள். வக்கிரமான குணம் என்றுதான் குரல்கள் எழும். அதுதானே உண்மை?

இன்று ஒரு நிறுவனம், சமூக பொறுப்பு கொண்டதாக இருக்க வேண்டுமென மக்கள் எதிர்பார்க்கிறார்கள். ஒரு நிறுவனம் தொடங்கப்படும் பகுதியில், அங்குள்ள மக்களுக்கு ஆக்கப்பூர்வ மாற்றங்கள் நடந்துள்ளதா, மக்களின் வாழ்க்கை மேம்பட்டுள்ளதா, நீர், மின்சாரம் பயன்படுத்துவதில் சிக்கனம் பின்பற்றப்பட்டதா, பொருட்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு கொண்டுபோய் சேர்க்கும் முறையில் காலத்திற்கேற்ற மாற்றங்கள் செய்யப்பட்டதா, வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவர்கள் வாங்கும் பொருட்கள் என்ன வித விளைவை ஏற்படுத்தியது, நிறுவனத்தின் பணியாளர்கள் மகிழ்ச்சியாக இருக்கிறார்களா? என பல கேள்விகளை ஒருவர் கேட்டுக்கொண்டுதான் நிறுவனத்தை நடத்த வேண்டும். குறைந்தபட்சம் அப்போதேனும் அவர் சில ஆக்கப்பூர்வ மாற்றங்களுக்கு முயற்சிக்க வாய்ப்புள்ளது.

ஒரு நிறுவனத்தை தொடங்கி பொருட்களை, சேவையை வழங்கும்போது குறிப்பிட்ட மாநிலத்தில், நிலப்பரப்பில் அதற்கு சட்டப்படி அனுமதி உள்ளதா என்பதை உறுதி செய்துகொள்ள வேண்டும். சில பொருட்களை விற்க அரசு அனுமதிக்கலாம், அல்லது அரசே கூட அதை விற்கலாம். ஆனால், பொதுவான சமூகதளத்தில் மக்கள் அதை ஏற்க மாட்டார்கள். இதெல்லாம் நிறுவனத்திற்கு பின்னடைவைத் தரும்.

எடுத்துக்காட்டுக்கு புகையிலை. இதைப் பயன்படுத்தி பீடி, சிகரெட் தயாரித்து விற்கப்படுகிறது. முறையாக உரிமம் பெற்று சட்டப்படி பீடி, சிகரெட் விற்பனை செய்யப்படுகிறது. மக்களின் கருத்துப்படி, பீடி, சிகரெட், மது, பான் மசாலா ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்துவது தவறு என கருதுகிறார்கள். அறத்தின்படியும் அவை தவறு. புகையிலை

பயன்பாடு நீண்டகால நோக்கில் புற்றுநோயை உருவாக்குகிறது என்பது நிரூபிக்கப்பட்ட அறிவியல் உண்மை.

இறக்குமதி, ஏற்றுமதி என எதைச் செய்தாலும் பயன்படுத்தும் பதப்படுத்தும் பொருட்கள் அனுமதிக்கப்பட்டவையா, இல்லையா, சட்டப்பூர்வ அளவில் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளதா என்பதை உறுதி செய்துகொள்ளவேண்டும். அரசு அமைப்புகள், காசு வாங்கிக்கொண்டு கடமையை கைகழுவிக்கொள்ளும் நிலையில், நிறுவனம் வம்பில் மாட்டிக்கொள்ளும். வழக்கில் சிக்கினால், அபராதம் கட்டுவதோடு பிராண்டும் பாதாளத்திற்கு சென்றுவிடும்.

நிறுவனங்கள், பணியாளர்களை நடத்தும் விதமும் முக்கியமானது. பார்ப்பன நிறுவனங்கள் திறமையை விட காலில் விழுந்து கிடக்கும் விசுவாசத்தை நம்புகின்றன. அலுவலகத்தில் பலர் முன்னிலையில் மானங்கெட பேசினாலும் கையில் நூறுரூபாயைக் கொடுத்தது போல சிரித்துக்கொண்டிருக்கும் அடிமை புத்திகொண்ட சொந்த சாதி ஆட்களை முக்கிய பொறுப்பில் நியமித்து வைத்துக்கொள்கின்றன. இவர்கள் பணியாளர்களை மேலாதிக்கம் செய்யும் பொறுப்பில் வந்து சேரும்போது, வில்லங்கம் உருவாகும்.

ஒருவர் வேலையில் தவறு செய்தால், கவனமாக இருங்கள் என்று கூறலாம். ஆனால், கேலிவதை, கெட்டவார்த்தை பேசுவது, குழுவாக சேர்ந்து முற்றுகை செய்து அவமானப்படுத்துவது என எல்லை மீறி செல்வது அநீதியான செயல்களுக்குள் வரும். இதற்கு எதிராக பணியாளர் வழக்கு தொடர்ந்தால் நிறுவனமே பெருமளவில் பாதிக்கப்படும். வழக்கு எதற்கு, வாய்வழியாக விஷயம் தெரிந்தாலே எவரும் அங்கு வரமாட்டார்கள்.

திறமையான பணியாளர்கள் எதுவும் சொல்லாமல் வேலையை விட்டு நிற்பது மேற்சொன்ன இழிவான காரணங்களை முன்னிட்டுத்தான்.. பணம் கொண்டுள்ள நிறுவனத்தின் உரிமையாளருக்கு மட்டுமல்ல, அவரிடம் வேலை செய்யும் பணியாளருக்கும் சுயமரியாதை, தன்மானம் உண்டு.

பழைமைவாத முதலாளித்துவத்தில் அடிமை முறை உண்டு. ஆனால், முதலாளி, அடிமைக்கு முற்றாக பொறுப்பேற்றார். இன்றைய நவீன முதலாளித்துவத்தில் திறமை உள்ளவரை அவனை பயன்படுத்திக்கொண்டு பிறகு தூக்கி எறிந்து விடுவார்கள். குறிப்பிட்ட வேலையை குறைந்த சம்பளத்தில் இருவரை வைத்து வேலை வாங்கிக்கொள்ளலாம் என முதலாளிகள் யோசித்து செயல்படத் தொடங்கிவிட்டனர். அதிக நேரம் வேலை செய்யவைத்து பிறகு அவர்களை வேலைநீக்கம் செய்வதைக் கூட தைரியமாக செய்கிறார்கள். இதற்கு கிழவாடி தொழிலதிபர்கள் வேறு ஊக்கம் கொடுக்கிறார்கள். அவர்களுக்கு அதில் லாபம் இருக்கிறது. அவ்வளவுதான்.

நிறுவனத்தின் பணியாளர்கள் என்ன செய்கிறார்கள் என்பதை கவனிப்பதே முக்கியம். எவ்வளவு நேரம் என்பதை கவனித்துக்கொண்டிருக்கும் சைக்கோபாத்கள் இருந்தால் கஷ்டம். பணியாளர்கள் மகிழ்ச்சியாக வேலை செய்தால், நிறுவனமும் வளரும், லாபமும் வளரும். விதிகள், அடிப்படை அற மதிப்பீடு, இங்கிதமாக நடந்துகொள்வது என அனைத்துமே

நிறுவனத்திற்கு முக்கியம். ஊனமுற்றோருக்கு உதவுகிறோம் என அற்ப விளம்பரம் செய்து பயன் தேடுவதை விட, செய்யும் பொருளை நேர்த்தியாக தயாரித்து விற்ற பணத்தில் செய்யவேண்டிய உதவிகளை நேரடியாகவே செய்யலாம். அதில் கூட நேர்மை உள்ளதல்லவா? தொழில் மீது மட்டும் அல்ல. தொழிலாளிகளின் மீதும் அக்கறை காட்டுவது நிறுவனத்திற்கு நீண்டகால நோக்கில் உதவக்கூடியது.

9

## 99 ரூபாய் வியாபார வியூகம்

ஒரு பொருளை வாங்க நினைக்கிறீர்கள். போனில் அதைப் பற்றி தேடுகிறீர்கள். உடனே, சமூக வலைத்தளங்களில் அதைப்பற்றிய விளம்பரம் தேடி வரும். இணையத்தில் அப்பொருள் உள்ள வலைத்தளங்களில் ஆபர் பார்க்கலாம். பிறகு, அருகிலுள்ள பேரங்காடியில் தேடலாம். உங்கள் வீட்டுக்கு கூட அப்பொருளை கொண்டு வந்து விற்கும் ஆட்கள் வரலாம். சாலையில் கூட வடக்கு மாக்கான்கள் பான்பராக் போட்டுக்கொண்டு விற்கலாம்.

பொருளின் விலை என்பது முக்கியம். விலை அதிகமாக வைத்தால் மக்கள் வாங்க மாட்டார்கள். விலை குறைவாக வைத்தால் விற்பவருக்கு லாபம் கிடைக்காது. எனவே, சந்தை ஆராய்ச்சி தகவலை முன்வைத்து பொருளை விற்கலாம்.

அண்மையில் ஒரு பற்பசை நிறுவனம், இருபது ரூபாய்க்கு 42 கிராம் கொண்ட பேக்கை விற்றது. ஆனால், விலைவாசி கூடியதும், விலையை மாற்றாமல் கிராமை மட்டும் நான்கு கிராம் குறைத்துவிட்டது. இதைப்பற்றிய கருத்தை மின்னஞ்சலில் பகிர்ந்ததும், விற்பனைக்குழுவினருக்கு புகார் போல பட்டுவிட்டது. முகவரி, தொடர்பு எண், வாங்கிய கடை, பேக்கின் தகவல் அனுப்புங்கள் என பதற்ற நிலைக்கு போய்விட்டனர். பணவீக்கம், பொருட்கள் விற்காமல் தேங்குவது என சிக்கலில் உள்ளனர். பாவம், அவர்களும் என்ன செய்ய முடியும்?

பொதுவாக வாடிக்கையாளர் சேவை என்பதில் உள்ளவர்களுக்கு, ஒருவர் கூறும் கருத்து, புகார் என இரண்டுக்குமான வேறுபாடு தெரிவதில்லை. ஒருமுறை கூட்டுறவு பால் நிறுவனம் ஒன்று தயாரித்த பிஸ்கட் பற்றிய புகாரை அனுப்பினேன். தொடர்பு எண்ணையும் கொடுத்தேன். மேலிருந்து கீழ்வரை நான் அனுப்பிய மின்னஞ்சல், அதில் கூறிய தகவல்களை விற்பனை முகவர் படிக்காமல் தொலைபேசியில் அழைத்து என்ன விஷயம் என்று மிரட்டலாக கேட்டார். எனக்கு என்ன சொல்வதென்றே புரியவில்லை.

சீஸ் பிஸ்கெட் என்ற ஒன்றை விற்றனர். ஆனால், அந்த பிஸ்கெட் சாப்பிடுவதற்கு மென்மையாக இருக்கவில்லை. கடினமாக இருந்தது. உள்ளூரில் விற்கும் பட்டர் பிஸ்கெட் கூட அப்படியில்லையே என்று மின்னஞ்சல் அனுப்பினேன். அவர்களுக்கு அக்கடிதத்தை எப்படி புரிந்துகொள்வதென தெரியாமல் எனக்கு மென்மேலும் மின்னஞ்சல்களை அனுப்பிக்கொண்டே இருந்தனர். எந்த இடத்திலும் சீஸ் பிஸ்கட் பற்றிய விவரம், கேள்விக்கான பதில் கிடைக்கவில்லை.

அதே நிறுவனம், இன்று தனது பிஸ்கெட்டுகளை பலமடங்கு விலை ஏற்றிவிட்டது. அவர்கள் யாரை குறிவைக்கிறார்களோ அவர்கள் அந்தளவு விலை கொடுத்து வாங்குவார்கள் என நினைத்திருக்கலாம். சோளப்பொரியோ, பீட்ஷாவோ எது விற்றாலும் அது குறிப்பிட்ட வர்க்க

ஆட்களை மையப்படுத்தியதாகவே இருக்க முடியும். அத்தனை பேருக்குமான உணவு, அல்லது கடை என்பது  போர்டில் எழுதுவது போல நடத்தி சேவையை வழங்குவது எளிதல்ல. சிலர் பொருட்களை விற்கும்போது, அனைத்து விலைகளையும் ஒன்பதில் முடிவது போல திட்டமிடுவார்கள். அதில் சில உளவியல் உத்திகள் உள்ளன. ஒரு ரூபாய் என்பதற்கும் 99 பைசா என்பதற்கும் என்ன வேறுபாடு? முட்டை 99 பைசா என்றால் அதை வாங்குபவர், 90 பைசா என புரிந்துகொள்வார் என விற்பனைத்துறை ஆட்கள் விவரம் தெரிவிக்கிறார்கள்.

கைக்கடிகாரத்தை தயாரிக்கிறோம் என்றால் நேரடி விற்பனை மூலம் அத்தனை கடிகாரங்களையும் விற்க முடியாது. இணைய விற்பனை வலைத்தளங்களில் நிறுவனத்தை பதிவு செய்து பொருட்களை விற்கலாம். இதுதவிர, மொத்த கொள்முதல் செய்பவர்களை தொடர்பு கொண்டு கமிஷன் பேசி முடிவுக்கு வந்தால், அவர்களே நாடு முழுக்க பொருட்களை கொண்டு போய் சேர்த்துவிடுவார்கள். பொருளின் தயாரிப்பாளர், அதிகபட்ச விலைக்கு அதிகமாக விற்கக்கூடாது என்பதை கவனிப்பது முக்கியம்.

நாளிதழ்கள் இன்று ஏழு அல்லது எட்டு ரூபாய்க்கு விற்கின்றன. ஆனால், அவை அறிமுகப்படுத்தப்படும்போது, உடனடி விற்பனைக்கு ஒரு ரூபாய்க்கு விற்றதும் உண்டு. இதன் வழியாக நிறைய வாசகர்களை உடனடியாக பெறும். செய்திகள் வழியாக ஈர்க்கப்பட்டு அதையே தொடர்ந்து வாசிப்பவர்களும் உண்டு.

குறிப்பிட்ட அளவுக்கு வணிக வெற்றி பெற்றதும் விலையை அன்றைய காலச்சூழலுக்கு ஏற்ப ஏற்றிவிடுவார்கள். சில பிராண்டுகளின் தோல்ப்பைகள், அதிக விலைக்கு விற்பார்கள். தள்ளுபடியே கொடுக்காமல் விற்பார்கள். அதற்கென அந்தஸ்து, மரியாதை இருக்கும். அதை வாங்குபவர்கள் மேல்தட்டு வர்க்க ஆட்களாக இருப்பார்கள். அதே தரத்தில் குறைவான  விலைக்கு விற்கும் நிறுவனங்களும் உண்டு. இதை வாடிக்கையாளர்கள் கவனமாக பார்த்து வாங்கவேண்டும்.

சிம்கார்டு நிறுவனங்களின் திட்டங்களைப் பாருங்கள். பல்வேறு திட்டங்கள் அறிவிப்பார்கள். உங்களுக்கு குறைந்த விலையில் டேட்டா, அழைப்பு என இரண்டும் இருப்பது போல ஒரு திட்டத்தை தேர்ந்தெடுத்து கொள்ளலாம். ஒரே திட்டம் மட்டும் என இருந்தால், வாடிக்கையாளர்கள் தேர்ந்தெடுக்க ஏதுமிருக்காது.

டீக்கடைக்கு எப்போதும் போகிறோம் என்றால், அந்தக்கடைக்காரரின் பேச்சு நம்மைக் கவர்ந்திருக்கலாம். டீயும் கூட புதிய தூளில் போட்டுக் கொடுத்திருக்கலாம். நமக்கு என்ன தேவையோ, அதைப் புரிந்துகொண்டு செய்பவராக இருக்கலாம். ஹோட்டல்களும் இப்படி உண்டு. குறிப்பிட்ட தீமில் அமைந்த உணவகங்கள் அதிகரித்து வருகின்றன.

வெளிநாட்டு காபி விற்கும் கடைகள், இணைய வசதியைக் கூட வழங்குகின்றன. நீங்கள் எவ்வளவு நேரம் அங்கே இருக்கிறீர்களோ, அந்தளவுக்கு அவர்களுக்கு வியாபாரம் நடக்கும். காபி கடைகளிலேயே நேர்காணல்களை நடத்துபவர்கள் உண்டு. இதெல்லாம் அந்தந்த

நிறுவனம், எப்படியான சூழலை உணவகம் ஏற்படுத்தவேண்டும் என நினைக்கிறார்கள் என்பதைப் பொறுத்தது.

## நவரசத்தில் விளம்பர வாசகம்

ஒரு பொருளை விற்க வேண்டுமெனில், அதை எளிதாக புரியவைக்கும் விதமாக விளம்பர வாசகத்தை எழுதவேண்டும். குழந்தைகளுக்கான பொருட்களை விற்கும் கடைகளைப் பார்த்தால், உடனே அது என்னவென புரியாது. பிராண்ட் பெயர், அதற்கு கீழே எழுதியுள்ள கேப்ஷனைப் பார்த்தால் விஷயம் புரிந்துவிடும். அதுதான் வாசகத்தின் மகிமை.

இன்று தேநீர் சட்டைகளை யூட்யூப் சேனல் வைத்திருப்பவர் கூட விற்று வருகிறார்கள். அந்த சேனலில் என்ன பேசுகிறார்களோ, என்ன கருத்தியலில் இயங்குகிறார்களோ அதன்படியான சொற்கள், வாசகங்கள் தேநீர் சட்டையில் அச்சிடப்படும். அதைப் படிப்பவர்களுக்கு யூட்யூப் சேனல் நினைவுக்கு வரும்.

பயம், பேராசை, குற்ற உணர்ச்சி, மரியாதை, பெருமை, கோபம், அதிர்ச்சி என பல வகைகளில் விளம்பரங்களை காட்சி ரீதியாக, வாசகங்களை அமைத்து பொருட்களை, சேவைகளை விற்று வருகிறார்கள். விளம்பரம் செய்வது இணையத்தில் சமூக வலைத்தளம், டிவி , பில்போர்ட், பத்திரிகை, பொது இடங்கள், வீடு என பல்வேறு வகையில் உள்ளது.

போன் விற்கும் நிறுவனங்கள் சிறந்த சேவை சார்ந்து நிறைய தகவல்களை மக்களிடமிருந்து திரட்டுகின்றனர். தகவல்கள் சேர்வதைப் பொறுத்து நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி பெருகும். பேரங்காடிகளில் தொடர்பெண்ணைப் பெற்றுக்கொண்டு வாரக் கடைசியில் செய்திகளை விடுப்பார்கள். நீங்கள் சாப்பிடும் உணவு, செலவு செய்யும் தொகை ஆகியவற்றை எளிதாக கணக்கிட முடியும். தேசிய அடையாள அட்டை போன்ற விவரங்களை ஒருவர் எளிதாக கள்ளச்சந்தையில் பெற்று பணத்தைக் கூட கொள்ளையடித்துவிட முடியும்.

இன்று அனைத்து இடங்களிலும் தொலைபேசி எண்ணைக் கேட்கிறார்கள். அந்த தகவலை வைத்தே நிறைய தகவல்களை சேகரிக்க முடியும். கைகளில் கட்டும் ஸ்மார்ட்வாட்ச், பயன்படுத்தும் போன், சிம் நிறுவன சேவைகள் என அனைத்து வகைகளிலும் ஒருவரைப் பற்றிய தகவல்களை சேகரமாகிறது.

சில நாடுகளில் அரசே மக்களைக் கண்காணித்து தகவல்களை சேகரிக்கிறது. கேள்வி கேட்டால் தேசப்பாதுகாப்பு என மிரட்டுவார்கள். வியாபாரத்தைப் பொறுத்தவரை வாடிக்கையாளர்களின் குணம், பண்டிகை, செலவு செய்யும் விதம் என பலதையும் அறியவேண்டும்.

விளம்பர மோசடிகளில் பலவகை உண்டு. முகத்தில் பூசும் களிம்புகள், பூசிய சில மணி நேரத்திற்கு முகத்திற்கு பொலிவைத் தரும். ஆனால், நிறுவனங்கள் மாநிறம் அல்லது கருப்பாக இருப்பதே வேலை கிடைக்காமல் இருக்க, வாழ்க்கையில் முன்னேறாமல் இருக்க காரணம் என பிரசாரம் செய்து களிம்பை விற்கிறார்கள். அதுவும் ஒரே மாதம் போதும்.

மரபணு ரீதியாக அவர் கருப்பாக இருந்தால் கூட சிவப்பாக மாறிவிடுவார் என பொய் பேசுகிறார்கள்.

இதற்கடுத்து, ஆண்மை விருத்தி, வயிற்று சதைக்குறைப்பு மாத்திரை, பெல்ட், தலைமுடி வளர தைலம் என போலியாக நிறைய விளம்பரங்கள் உலவுகின்றன. குழந்தைகளை நீரிழிவு நோய்க்கு தள்ள சர்க்கரை அதிகம் கொண்ட ஊட்டச்சத்து பானங்களை, விளையாட்டில் வெல்ல, கல்வியில் சாதிக்க என்று பொய் கூறி விற்கிறார்கள். உணவில் கிடைக்காத அத்தனை நுண் ஊட்டச்சத்துகளும் சத்துபானத்தில் எப்படி கிடைக்கிறது என பகுத்தறிவோடு ஒருவர் யோசித்தால் வியாபாரம் அத்தோடு நின்றுவிடும்.

வணிகத்தை செய்வது தவறு கிடையாது. ஆனால், அறிவியலுக்கு புறம்பாக, விற்பனைக்காக பொய், புரட்டு, பித்தலாட்டத்தில் ஈடுபடக்கூடாது. இதுபோன்ற ஆட்களே பிரச்னையில் மாட்டிக்கொண்டால் தேசப்பற்று என அனத்துவார்கள். உள்நாடோ, வெளிநாடோ கொடுக்கும் பணத்திற்கான மதிப்பு இருக்கவேண்டும். சேவை சிறக்க வேண்டும். அவ்வளவுதான்.

தவறு நேர்ந்தாலும் அதை ஒப்புக்கொண்டு திருத்திக்கொள்வது வணிகத்தை வளர்ப்பதற்கான வழி.  வணிகம் செய்பவன் நாட்டுப்பற்று என்று கூறிக்கொண்டிருந்தால் வணிகம் வளர்ச்சி பெறாது. அரசு, சட்டத்திற்கு ஏற்ப தன்னை நெளிவு சுளிவாக வைத்துக்கொள்பவனே வணிகன். இதில் எங்கே நாட்டுப்பற்று வந்து உள்ளே நுழைகிறது? நாட்டுப்பற்றை பேசுபவர்கள், வெளிநாட்டில் தொழில் தொடங்காமல் உள்நாட்டிலேயே இருப்பார்களா என்ன? நாடு, மொழி, சாதி, மதம் ஆகிய விஷயங்களை வணிகர்கள் தொடக்கூடாது. பின்னொருநாளில் வணிகத்தை அதற்காக பலி கொடுக்க நேரிடும்.

11

## நல்ல நோக்கம்

இந்தியாவில் புதிய ஸ்டார்ட்அப்களின் காலாவதி நாட்களே மூன்றரை ஆண்டுகள்தான். வெளிநாடுகளில் நூறு, இருநூறு ஆண்டுகள் தொழில் நடக்கிறது. இதற்கு காரணம், தொழிலை அடுத்த கட்டமாக வளர்ச்சிப் பாதைக்கு கொண்டு செல்ல தடுமாறுவதுதான். கொஞ்சம் வருமானம் வந்தவுடன் மோசடியில் இறங்கிவிடுகிறார்கள். இதனால், நிறைய நிறுவனங்கள் விரைவில் பூட்டப்படுகின்றன.

நிறுவனத்தை தொடங்குவது எந்தளவு கடினமோ, அதன் கணக்கு வழக்குகளை கவனமாக பராமரித்து லாபத்தில் நடத்துவது அவசியம். செய்யும் செலவுகளையாவது சமாளிக்கும் அளவில் வருமானம் வரவில்லை என்றால், அந்த தொழிலை ஒருவர் எதற்கு செய்யவேண்டும்?

அப்பளம் தொடங்கி நாளிதழ் விற்பது வரை மேற்சொன்ன நிபந்தனைகள் பொருந்தும். அலுவலக ரீதியான அனைத்து செலவுகளும் பதிவேடுகளில் பதிவு செய்யப்படவேண்டும். செலவுகளுக்கான ரசீதுகளும் கைவசம் தேவை. தொழிலை நன்றாக செய்தால் முதலீடுகள் வரும். அதை வைத்து வணிக விரிவாக்கம் செய்யலாம். நஷ்டம் வந்தால், தொழிலை விரிவாக்கம் செய்யலாமா, அல்லது அளவைக் குறைத்து செய்யலாமா என யோசிக்கும் நஷ்டத்தை கட்டுப்படுத்தும் வட்டத்தில் மாட்டிக்கொள்ள நேரிடும். இதில் பணியாளர்களை நீக்குவதும் கூட சேரும்.

பேரிடர் காலங்களில் சம்பளம் கொடுக்க சில நிறுவனங்கள் தனி நிதியை ஏற்படுத்தி வைப்பதுண்டு. இதெல்லாம் தொலைநோக்கு பார்வை கொண்ட தலைவர்களுக்கே சாத்தியம். மாதசம்பளத்தை இரண்டாம் தேதி அல்லது ஐந்து, ஆறு தேதிகளில் அளிக்கும் நிறுவனங்கள் கூட உண்டு. குறிப்பிட்ட தேதி என்றால் சரியாக மாறாமல் சம்பளத்தை வழங்குவது தொழிலாளர்களுக்கு நம்பிக்கையைத் தரும்.

வணிகத்தை நேர்மையாக நல்ல நோக்கத்தில் தொடங்கி நடத்துவது முக்கியம். போலி கணக்குகள் தொடங்கி முதலீடுகளைப் பெறுவது, பங்குகளின் விலையை போலியாக ஊதிப் பெரிதாக்குவது, வரி கட்டாமல் ஏமாற்றுவது, கேள்வி கேட்பவர்களை ஊழலில் பங்குகொள்ள வைப்பது, ஊழல் புகாரை முன்வைத்தால், காசு கொடுத்த அரசியல் தலைவர்களை அரணாக வைத்து தப்பிப்பது என்பதெல்லாம் வணிகத்தைக் கெடுத்துவிடும்.

குறிப்பிட்ட நாட்டில் ஒரு நிறுவனம் தொடங்கி பல்வேறு நாடுகளில் வணிகத்தை விரிவாக்கியிருக்கலாம். அதற்காக அந்த நிறுவனம் தவறுகளை இழைக்கும்போது தேசப்பற்று என்ற பெயர் சொல்லி சப்பைக்கட்டு கட்டுவது கூடாது. நாளடைவில், உலகம் முழுக்க உள்ள தொழில் வட்டாரத்தில் நாட்டின் மீதான நம்பிகத்தன்மையும் குறையும்.

ஒருவர் சம்பாதிக்கும் வருமானத்தைப் பொறுத்து அரசுக்கு வரி கட்டவேண்டும். சந்தையில் விற்கும் அவரது பொருட்கள் மலிவானவை, தரமானவை என்பதால் வருமானத்தைக் குறைத்துக் காட்டி வரியை ஏமாற்றமுடியாது. நிறுவனமும் அப்படித்தான். சமூக பொறுப்புணர்வு திட்டங்களை செய்வது கட்டாயம் என்று கூறியபோதுதான், நிறைய நிறுவனங்கள் அதற்கு நிதி ஒதுக்கத் தொடங்கின. இதில் விதிவிலக்காக டாடா குழுமம் இருந்தது. இந்த நிறுவனம் அரசுக்கு முன்னதாகவே தொழிலாளர் சட்டங்களை உருவாக்கி செயல்படுத்தி வந்தது. சமூக மேம்பாட்டு செயல்பாடுகளை செய்யத்தொடங்கிவிட்டது.

12

## போராடிப் பெற்ற உரிமை

ஒரு தொழில் தோற்றுப்போக நிறைய காரணங்கள் உண்டு. இந்தியாவில் சாதி, மத ரீதியான காரணங்கள் அதிகரித்து வருகின்றன. தேவைகளை தீர்க்காமை, போட்டி, நகலெடுத்தல், தேவையின்மை, அதிக விலை என பலவித காரணங்களைக் கூறலாம். மின்விளக்கு வெற்றிபெற்றது என்றால், அது விலைகுறைவான பொருட்களால் ஒளிர்ந்தது முக்கிய காரணமல்ல. மின்சாரம் பரவலாக இருந்தது. அந்த வலைப்பின்னல் மூலமாக மின்விளக்கு வரவேற்கப்பட்டது.

ஒரு நிறுவனம் வணிக ரீதியாக இழப்பைச் சந்தித்தால் வாடிக்கையாளர்கள், முதலீட்டாளர்கள், அந்த நிறுவனத்திற்கான வேலைகளை செய்துகொடுத்த உப நிறுவனங்கள் என பலரும் பாதிக்கப்படுவார்கள். வேலை, பொருளாதாரம் என இதைக் குறிப்பிடலாம்.

சீன நிறுவனம் என்ற ஒரே காரணத்திற்காக பைடு, டிக்டாக், ஹூவாய் ஆகிய நிறுவனங்கள் அமெரிக்காவில் நெருக்கடிக்கு உள்ளாக்கப்படுகின்றன. அந்த நிறுவனங்களை உள்நாட்டு நிறுவனங்களுக்கு விற்கவேண்டும் என அரசியல் ரீதியாக நிர்பந்தப்படுத்தப்படுகின்றன. நேரடியாக போட்டியிட முடியாத டெக் நிறுவனங்கள், காசு கொடுத்து செய்யும் அவலமான கேவலமான செயல்பாடுகள் என இவற்றைக் குறிப்பிடலாம். இந்தியாவில் இதுபோன்ற கேவலமான செயல்களை குஜராத்தி நிறுவனங்கள் செய்கின்றன.

ஒரு நிறுவனத்தை நிர்வாகம் செய்பவர் நிர்வாகத் தலைவர் அல்லது முதன்மை தலைமை செயல் அதிகாரி என அழைக்கப்படுவார். இவர்களை நீக்கும் அதிகாரம் பெற்றவர்கள் வாரியத் தலைவர்கள். இக்குழுவினரே, நிறுவனத்தின் முக்கியமான முடிவுகளை எடுப்பார்கள். விற்பனை, கணக்கு, புகார் என பல்வேறு துறைகள் பிரிக்கப்பட்டு பணியாளர்கள் குழுவாக பணியாற்றுகிறார்கள். வாரியத் தலைவர்களை நிறுவனப் பங்குதாரர்கள் கூடித் தேர்ந்தெடுக்கிறார்கள். மேலாளர்கள், குறிப்பிட்ட குழுவை நிர்வாகம் செய்வார்கள்.

பணியாளர்களைப் பொறுத்தவரை அவர் பழங்குடியோ, ஆதிதிராவிடராகவோ இருக்கலாம். வேலைக்கு பொருத்தமானவரா என்று மட்டுமே பார்த்து தேர்ந்தெடுக்கவேண்டும். குழுவாகவும், தனியாகவும் திறமைசாலிகளாக இருக்கவேண்டும். மனச்சிதைவு கொண்ட ஒருங்கிணைப்பாளர் அல்லது மேலாளர், குறைந்த சம்பளம், வேலைநீக்க அச்சுறுத்தலை விடுக்கும் முதலாளி, கேலிவதை செய்யும் பணியாளர் குழுக்கள் உள்ள அலுவலகத்தில் ஒருவர் வேலை செய்தால், அவருக்கு எளிதாக மனச்சோர்வு ஏற்படும். பணி விலக வேண்டும் அல்லது தற்கொலை செய்துகொள்ளவேண்டும் என இரண்டு வாய்ப்புகள் அவருக்கு அளிக்கப்படுகின்றன.

பணியாளர்களுக்கு நிறுவனம் அளிக்கும் அங்கீகாரம்,உ ற்சாகம் முக்கியம். எப்போதுமே குறைகளை மட்டும் சொல்லிக்கொண்டிருந்தால், அவர் வேறு வேலையைப் பார்த்துக்கொண்டு சென்றுவிடுவார்.

சிறந்த பணியாளர்கள், வேதனையுற்று விலகிச் செல்வது, நிறுவன முன்னேற்றத்திற்கு நல்லதல்ல. சம்பளத்தோடு விடுமுறை, தொழிற்சங்கத்தில் சேர்வது, சமமான சம்பளம் என்பதை தொழிலாளர்களுக்கான உரிமை எனப் புரிந்துகொள்ளவேண்டும். சில பார்ப்பன நிறுவனங்களில் தொழிற்சங்கங்களில் சேரக்கூடாது என வாய்மொழியாக அச்சுறுத்தல் விடுக்கப்படுகிறது. மீறினால் வேலையை விட்டு துரத்தப்படுவார்கள். இதில் நகைமுரணாக அனுக்க முதலாளித்துவத்தை பேணும் மாநில, ஒன்றிய அரசுகள் தொழிலாளர்களை கைது செய்து அடிப்படை உரிமைகளை பறிப்பதும் உண்டு .

## புதுமை பெரிது!

பலர் உடுத்தும் அதிக விலை கொண்ட உடைகள், குறைந்த வசதிகள் கொடுத்து, அதிக நெருக்கடி கொடுத்து வறுமையான நாடுகளில் உருவாக்கப்படுகின்றன. மோசமான சூழ்நிலைகளை ஏற்றுக்கொண்டு பணியாளர்கள் வேலை செய்வதற்கு வறுமையான பின்புலமே காரணம். வங்கதேசதம் இப்படி உழைத்துக் கொடுத்து தன்னை வளர்த்துக் கொள்வதாக கூறினாலும், பாதிப்பு அங்கு வாழும் மக்களுக்குத்தான். மக்கள் நோயில், துயரில் வாடி வதங்கினால் அதை நாட்டின் வளர்ச்சி என கூற முடியுமா?

தரம், நீண்ட கால உழைப்பு என்பது இன்றைக்கு குறைந்துவிட்டது. ஒரு பொருளை வாடிக்கையாளர் மீண்டும் வாங்கவேண்டும் என்பதற்காக அதன் தரத்தைக் குறைத்து கொடுக்கிறார்கள். இதை திட்டமிட்டு தெரிந்தே செய்கிறார்கள்.

நீரில்லாத இடத்தில் குளிர்பான தொழிற்சாலை அமைக்க முடியாது. தன்னாசி கருப்பணனையே வேண்டி செயலில் இறங்கினாலும் கூட அதற்கு வெற்றி சாத்தியம் குறைவு. மலைப்பாங்கான இடத்தில் கிழங்குகள் விளையலாம். ஆடுகளை மேய்க்கலாம். வயல் வெளிகளை அமைத்து பயிர் செய்வது கடினம். நிலப்பரப்பு சார்ந்து வணிகத்தை திட்டமிடுவது நல்லது. இல்லையெனில் கெட்டுப்போன பாலை வாங்கி பால்கோவா செய்யத் திட்டமிட்ட கதையாகிவிடும்.

வணிகத்தைப் பொறுத்தவரை அதில் தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துவது பற்றிய ஆராய்ச்சி அவசியம். பொருட்களை புதிதாக தயாரித்துக்கொண்டே இருக்கவேண்டும். வணிக திட்டத்தை தயாரித்து, முதலீட்டைக் கோர வேண்டும். உள்நாட்டின் சந்தையில் வேரூன்றியபிறகு, விற்பனையில் தேக்கம் ஏற்படலாம். எனவே, வெளிநாடுகளில் விற்பனை செய்வதற்கு முயற்சிகளை செய்யலாம். இதற்கு அரசு அனுமதித்தாலும் நிலப்பரப்பு ரீதியான அரசியலும் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

குறிப்பிட்ட கட்சியின் சாதி, மதம், கருத்தியல் அரசியிலில் வணிகம் சிக்கிக்கொண்டால் நிறுவனம் சட்டச்சிக்கல்களிலும், மறைமுக பழிவாங்குதலிலும் மாட்டிக்கொள்ளும். சிறந்த எடுத்துக்காட்டு சீனாவை பூர்விகமாக கொண்ட தொழில் நிறுவனங்கள்.

14

## பாகுபாடு இல்லாத சலுகை

ஒரு நாட்டிலுள்ள மாநில, அல்லது ஒன்றிய அரசு, வணிக நிறுவனங்களின் பூர்விக நாடுகளுக்கு நேரடியாக சென்று வணிக ஒப்பந்தங்களைச் செய்துகொள்கின்றன. அல்லது பிரதிநிதிகளை அழைத்து பேசி வணிக நிறுவனங்களை தொடங்க சலுகைகளை அளிப்பதாக வாக்குறுதி அளிக்கின்றன.

ஒப்பந்தப்படி அரசு, நிறுவனங்களுக்கு சில ஆண்டுகளுக்கு வரிச்சலுகை, மின்கட்டண விலக்கு, வரி விலக்கு ஆகியவற்றை வழங்குகின்றன. குறிப்பிட்ட ஆண்டுகளுக்குப் பிறகு வரியை வசூலிக்கத் தொடங்குவார்கள். இப்படி தொழில் தொடங்குவதன் வழியாக உள்நாட்டில் வேலைவாய்ப்பு பெருகுகிறது.

அரசு மீது நம்பிக்கை இழந்து, வெளிநாட்டிற்கு பிழைக்கச் சென்றுவிட்டவர்களைத் தவிர்த்து மீதியுள்ளவர்கள் வேலைவாய்ப்புகளைப் பெறலாம். தொழில்தொடங்குவதற்கு அடிப்படைக் கட்டமைப்பு வசதிகள் தேவை. சாலை, துறைமுகம், விமானநிலையம், நீர், மின்சாரம், குடியிருப்புகள் உருவாக்கப்படவேண்டும்.

ஒரு நாடு பிற நாடுகளுடன் செய்துகொள்ளும் ஒப்பந்தப்படி, இரு நாட்டு நிறுவனங்களும் பரஸ்பரம் பல்வேறு தொழில்நிறுவனங்களை தொடங்கி முதலீடுகள் செய்வதுண்டு. தனக்கு தேர்தலுக்காக உதவிய சிலருக்கு மட்டும் உதவுவது என்றில்லாமல், மொத்த நாட்டுக்கும் தொழில்துறை வளர்ச்சி என்பது இரு நாடுகளுக்கு இடையிலான ஒப்பந்தம் வழியாக சாத்தியமாகும்.

மோசடி செய்து பங்கு சந்தையை ஏய்த்து பிழைப்பவர்களுக்கு சில நாட்டின் ஆட்சித்தலைவர்கள் உறுதுணையாக இருக்கிறார்கள். இவர்களின் செயல்பாடு, தொலைநோக்குப் பார்வையில் ஊழல் மலிந்த நேர்மையற்ற நாடு என்ற பிம்பத்தை உலகளவில் ஏற்படுத்துகிறது. ஆட்சி அதிகார வெறிக்காக, ஏதேனும் வடமொழி சுலோகனை உளறிக்கொண்டு சுற்றுவதால் வணிகம் வளராது.

வணிகம் சிறப்பதில் அரசியலுக்கு முக்கியப் பங்குண்டு. அதை மறுக்க முடியாது. உதாரணமாக சீனா, ஆப்பிரிக்கா ஆகிய இருநாடுகளுக்கு இடையிலான தொழில் உறவைக் கூறலாம், மோசமான வணிக உறவுகளுக்கு பிற நாடுகளுடன் பகையாகும் மத அடிப்படைவாத நாடுகளின் செயல்பாடுகளைக் கூறலாம்.

சாதி, மத, இன வெறியால், ஒட்டுமொத்தமாக அண்டை நாடுகள் அனைத்தும் பகையுணர்வு கொண்டதாக மாறி வருகின்றன. இந்த சூழ்நிலையில் உள்ள நாட்டுக்கு எந்த நன்மையும் ஏற்படாது. குறிப்பிட்ட மதவாத இனப்படுகொலையை திட்டமிடும் குழுவுக்கு சுயநலமான

நன்மைகள் கிடைக்கலாம். அவர்களுக்கு ஆதரவான தொழிலதிபர்கள் சொத்து மதிப்பு கூடும். மக்கள் கலவரத்தில் கொல்லப்படுவார்கள்.

வணிகம் என்பது குறிப்பிட்ட லாபநோக்கு சிந்தனையை அடிப்படையாக கொண்டது. அதேநேரம், அந்த வணிகம் ஆக்கப்பூர்வமான வழியில் பயணிக்க வேண்டும். ஏழை நாடுகளுக்கு தரமில்லாத பொருட்கள், வளர்ந்த நாடுகளுக்கு மேம்பட்ட தரத்தில் பொருட்கள் என பாகுபாடுடன் வணிகம் செய்யும் நிறுவனங்கள், விரைவிலேயே தனது வணிகத்தை இழக்கும்.

ஒரு நாட்டின் வணிகம் சிறக்க, பள்ளி, கல்லூரிகள், பல்கலைக்கழகங்கள ஆகியவற்றில் நடக்கும் பல்வேறு ஆராய்ச்சிகள் செயல்பாடுகளுக்கு அரசு நிதியொதுக்குவது முக்கியம். அப்போதுதான் தொழில் நிறுவனம், உள்நாட்டில் தகுதியுள்ளவர்களைத் தேர்ந்தெடுக்க முடியும்.

வளம் என்பது அனைவருக்குமானதாக பகிர்ந்தளிக்குமாறு மாறவேண்டும். இந்த இடத்தில் வறுமை பற்றி அரசு கவலை கொள்ள வேண்டியதில்லை. ஏழை, பணக்காரர் இடைவெளி அதிகரிப்பது, சாதி, மத பாகுபாட்டை ஆளும் அரசே சட்டங்களை மதிக்காமல் ஊக்குவிக்கும்போது, அங்கு தொழில் செய்யமுடியாது. இனப்படுகொலை மட்டுமே நடக்கும்.

மக்களின் பிரச்னைகளை தீர்த்து வைக்கும் சிந்தனைகள் குறையாதவரை வணிகம் நடக்கும். நடந்துகொண்டே இருக்கும்.

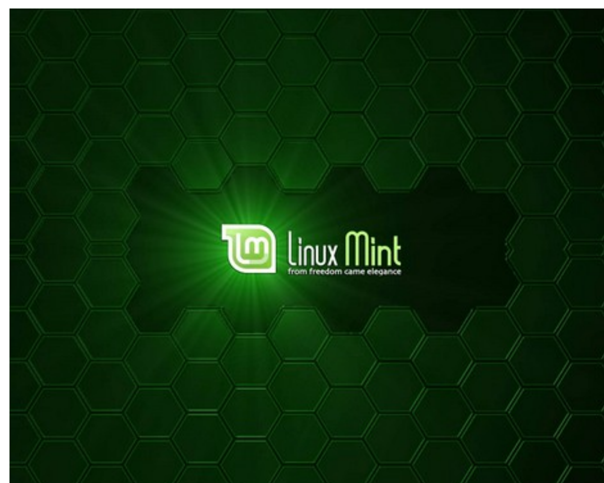
நூல் நிறைவு பெற்றது. வாசித்தவர்களுக்கு நன்றி!

நன்றி


INTERNET
ARCHIVE


substack


LibreOffice
The Document Foundation


linux Mint


GIMP